

**GAYA HIPERBOLA DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
“MENDEKATKAN YANG JAUH, MENJAUHKAN YANG DEKAT”**

**KARYA SENI**  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1  
Program Studi Televisi



disusun oleh  
Ag. Deny Dwi Setyawan  
NIM: 0810297032

**JURUSAN TELEVISI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
DI YOGYAKARTA**

**2015**

**GAYA HIPERBOLA DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT  
“MENDEKATKAN YANG JAUH, MENJAUHKAN YANG DEKAT”**

**KARYA SENI**  
untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1  
Program Studi Televisi



disusun oleh  
Ag. Deny Dwi Setyawan  
NIM: 0810297032

**JURUSAN TELEVISI  
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
DI YOGYAKARTA**

**2015**

**PENGESAHAN**

Tugas Akhir Karya Seni ini telah diterima dan disahkan oleh tim penguji Jurusan Televisi Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 27 Januari 2015

Dosen Pembimbing I

**Retno Mustikawati, S.Sn, M.F.A.**

NIP: 19771011 200212 2001

Dosen Pembimbing II

**Latief Rakhman Hakim, M.Sn.**

NIP: 19790514 200312 1001

*Cognate*

**Arif Sulistiyono, M.Sn.**

NIP: 19760422 200501 1002

Ketua Jurusan Televisi

**Dyah Arum Retnowati, M.Sn.**

NIP : 19710430 199802 2001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Media Rekam  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

**Drs. Alexandri Luthfi R., M.S.**

NIP: 19580912 198601 1001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
 INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
**FAKULTAS SENI MEDIA REKAM**  
**JURUSAN TELEVISI**  
 Jl. Parangtritis Km. 6,5 Yogyakarta 55188  
 Telepon (0274) 384107  
 www.isi.ac.id

Form VIII : Pernyataan Mahasiswa

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda-tangan di bawah ini :

Nama : Ag. Deny Dwi Setyawan  
 No. Mahasiswa : 0810297032  
 Angkatan Tahun : 2008  
 Judul Penelitian/ : Gaya Hiperbola dalam Iklan Layanan Masyarakat  
 Perancangan Karya "Mendekatkan yang Jauh, Menjauhkan yang Dekat"

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Penelitian/Perancangan Karya Seni saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat tulisan atau karya yang pernah ditulis atau diproduksi oleh pihak lain, kecuali tertulis diacu dalam naskah atau karya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apapun apabila di kemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta, 26 Januari 2015

Yang menyatakan



Ag. Deny Dwi Setyawan

**“Untuk kedua orangtuaku dan orang-orang yang sudah membantuku dalam  
berproses dan membuatku lebih semangat dan menjadi lebih kuat”**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, Tugas Akhir Karya Seni Video Iklan Layanan Masyarakat yang berjudul “Mendekatkan yang Jauh, Menjauhkan yang Dekat” ini dapat selesai disusun dengan baik dan lancar.

Tugas Akhir adalah penerapan seluruh ilmu yang telah didapat selama masa studi dengan mengangkat sebuah konsep dalam menciptakan karya seni. Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dengan rasa hormat, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. Alexandri Luthfi R., M.S., selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Retno Mustikawati, S.Sn, M.F.A., selaku Dosen Pembimbing I
3. Latief Rakhman Hakim, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II
4. Arif Sulistiyono, M.Sn., selaku Dosen Penguji (*Cognate*)
5. Dyah Arum Retnowati, M.Sn., selaku Ketua Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
6. Agnes Karina Pritha Atmani, M.T.I., selaku Sekretaris Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
7. Endang Mulyaningsih, S.IP, M.Hum., selaku Dosen Wali
8. Seluruh dosen dan staf karyawan Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta
9. Kedua orang tua, kakak, adik yang telah memberikan dukungan penuh
10. Teman-teman X-CODE Films
11. Semua pemain yang terlibat dalam produksi iklan layanan masyarakat
12. Seluruh kru produksi iklan layanan masyarakat
13. Teman-teman seperjuangan TA
14. Teman-teman jurusan televisi angkatan 2008
15. Semua teman-teman Fakultas Seni Media Rekam ISI Yogyakarta

16. Dan semua pihak yang telah membantu kelancaran proses produksi yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungannya

Akhir kata, masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan dari semua pihak. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua yang membacanya.

Yogyakarta, 2015

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR <i>CAPTURE</i>.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penciptaan.....	1
B. Ide Penciptaan.....	4
C. Tujuan dan Manfaat.....	5
D. Tinjauan Karya.....	5
<b>BAB II OBJEK PENCIPTAAN DAN ANALISIS</b>	
A. Objek Penciptaan.....	9
B. Analisis Objek.....	11
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
A. Iklan.....	19
B. Iklan Televisi.....	20
C. Iklan Layanan Masyarakat.....	21
D. Rumus Iklan yang Baik.....	23
E. Hiperbola.....	26
F. Bahasa dalam Iklan.....	27
G. Dramatisasi.....	28
H. <i>Gadget</i> .....	28
<b>BAB IV KONSEP KARYA</b>	
A. Konsep Estetik.....	29



B. Desain Program.....	33
C. Desain Produksi.....	34
D. <i>Storyboard</i> dan Naskah Iklan.....	37
E. Konsep Teknis.....	56
<b>BAB V PERWUJUDAN DAN PEMBAHASAN KARYA</b>	
A. Perwujudan Karya.....	63
B. Pembahasan Karya.....	70
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. <i>Floorplan</i> Bioskop.....	60
Gambar 4.2. <i>Floorplan</i> Ruang Kelas.....	60
Gambar 4.3. <i>Floorplan</i> Toko Pakaian.....	60
Gambar 4.4. <i>Floorplan</i> Kasir Toko Pakaian.....	60
Gambar 4.5. <i>Floorplan</i> Pintu Masuk Toko Pakaian.....	60
Gambar 4.6. <i>Floorplan</i> Cafe.....	60



## DAFTAR CAPTURE

<i>Capture 1.1. dan 1.2. cuplikan iklan Yamaha Jupiter MX.....</i>	<i>3</i>
<i>Capture 1.3. cuplikan Video Animasi tentang Internet Addicted.....</i>	<i>5</i>
<i>Capture 1.4. cuplikan Film Durable Love.....</i>	<i>6</i>
<i>Capture 1.5. cuplikan Video Bulletin Board-Online Safety Commercial.....</i>	<i>7</i>
<i>Capture 5.1. adegan semua orang di bioskop melihat Adi.....</i>	<i>71</i>
<i>Capture 5.2. aktor film bioskop melihat ke arah Adi.....</i>	<i>71</i>
<i>Capture 5.3. ekspresi Adi yang kesakitan akibat luka pukulan di wajah.....</i>	<i>72</i>
<i>Capture 5.4. Guru yang kesal karena Fani tidak memperhatikan pelajaran.....</i>	<i>72</i>
<i>Capture 5.5. Guru marah pada Fani.....</i>	<i>73</i>
<i>Capture 5.6. Adi menghampiri Fani di depan pintu masuk sekolah.....</i>	<i>74</i>
<i>Capture 5.7. Fani hampir tertabrak sepeda.....</i>	<i>74</i>
<i>Capture 5.8. Fani menolak pertolongan dari Adi karena ingin berfoto selfie.....</i>	<i>75</i>
<i>Capture 5.9. Fani tergeletak di jalan dan tidak ada yang menolong.....</i>	<i>76</i>
<i>Capture 5.10. Fani berbelanja sambil melakukan video call dengan Adi.....</i>	<i>76</i>
<i>Capture 5.11. adegan rampok mendatangi toko pakaian.....</i>	<i>76</i>
<i>Capture 5.12. Fani masih asyik berbelanja sambil video call.....</i>	<i>77</i>
<i>Capture 5.13. Fani baru sadar akan adanya perampokan.....</i>	<i>77</i>
<i>Capture 5.14. Adi tidak mempedulikan apa yang dilakukan Fani.....</i>	<i>78</i>
<i>Capture 5.15. Fani mengajak bicara Adi, namun Adi tidak dipedulikan.....</i>	<i>79</i>
<i>Capture 5.16. Adi heran dengan yang dilakukan Fani dengan seorang pria.....</i>	<i>79</i>
<i>Capture 5.17. tagline.....</i>	<i>80</i>
<i>Capture 5.18. long shot semua orang di dalam bioskop melihat Adi.....</i>	<i>82</i>
<i>Capture 5.19. long shot aktor film di bioskop melihat ke arah Adi.....</i>	<i>82</i>
<i>Capture 5.20. close up Fani dan guru.....</i>	<i>83</i>
<i>Capture 5.21. long shot suasana kelas.....</i>	<i>83</i>
<i>Capture 5.22. Fani dan Adi di depan pintu masuk sekolah.....</i>	<i>83</i>
<i>Capture 5.23. Fani akan tertabrak sepeda dan pengendara sepeda menegurnya.....</i>	<i>84</i>
<i>Capture 5.24. Fani hendak ditolong Adi dan ekspresi Adi heran.....</i>	<i>85</i>

<i>Capture 5.25. long shot</i> Fani tergeletak di jalan.....	85
<i>Capture 5.26. split screen</i> Fani dan Adi melakukan <i>video call</i> .....	85
<i>Capture 5.27. shot handheld</i> saat perampok memasuki toko pakaian.....	86
<i>Capture 5.28. still shot</i> Fani memilih pakaian, perampok dibelakangnya.....	86
<i>Capture 5.29. medium close up</i> Fani kaget saat melihat kasir.....	86
<i>Capture 5.30. shot handheld</i> sebagai <i>point of view</i> kamera <i>handphone</i> .....	87
<i>Capture 5.31.</i> pemain film di bioskop melihat ke arah Adi dan <i>black screen</i> .....	90
<i>Capture 5.32.</i> Adi akan menolong Fani, tapi fani menolaknya.....	90
<i>Capture 5.33.</i> Fani akan meninggalkan Adi karena kecewa dengan Adi.....	91
<i>Capture 5.34.</i> Fani dihukum di depan kelas.....	93



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. *Form* syarat mengikuti ujian TA
- Lampiran 2. *Shoting Schedule*
- Lampiran 3. Foto Produksi
- Lampiran 4. Desain *Cover* dan *Label* DVD
- Lampiran 5. Desain Poster dan *X-Banner* Karya
- Lampiran 6. Desain Poster dan Undangan Screening
- Lampiran 7. Foto *Screening*
- Lampiran 8. Surat Keterangan Pemutaran Karya TA



## ABSTRAK

Teknologi komunikasi berkembang dengan sangat pesat sejak kemunculan internet, termasuk media sosial. Media sosial dapat mempermudah komunikasi antar orang bahkan komunikasi antar orang yang berada pada jarak yang jauh. Media sosial dapat mengakibatkan candu jika digunakan secara berlebihan. Sikap candu inilah yang menyebabkan orang menjadi asyik dengan media sosial dan tidak peduli dengan keadaan nyata di sekitarnya. Oleh karena itu diperlukan kesadaran agar orang menggunakan media sosial secara bijak. Iklan layanan masyarakat adalah iklan dengan tujuan nonkomersil yang mengkritisi dan menyindir tentang masalah-masalah sosial, serta mengajak untuk melakukan hal positif dari masalah-masalah sosial yang ada tersebut. Sebuah iklan layanan masyarakat yang bersifat mengajak akan lebih mudah diterima masyarakat dengan memberikan paparan fenomena sosial disekitar. Hiperbola merupakan suatu keadaan yang dilebih-lebihkan. Sebuah iklan mengandung pesan yang digambarkan dengan adegan hiperbola akan menimbulkan kesan dan mudah diingat oleh penonton, sehingga penonton menjadi lebih mudah menangkap dan mengingat pesan yang ada dalam iklan ini. Iklan layanan masyarakat “Mendekatkan yang Jauh, Menjauhkan yang Dekat” ini dibuat dengan pendekatan gaya hiperbola agar penonton dapat terkesan dengan iklan ini dan dapat menangkap pesan yang disampaikan melalui iklan layanan masyarakat ini dengan mudah.

Kata kunci: *media sosial, iklan, hiperbola*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penciptaan**

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, karena pada hakekatnya manusia tidak bisa untuk tidak berkomunikasi. Pada era globalisasi seperti sekarang ini, komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, tidak hanya dengan bertatap muka saja. Perkembangan teknologi yang semakin maju membuat komunikasi dapat dilakukan melalui hubungan jarak jauh dengan menggunakan media komunikasi seperti internet. Internet adalah jaringan global antar komputer untuk berkomunikasi dari satu lokasi ke lokasi lain di belahan dunia. Internet tidak hanya dapat mentransmisikan berbagai informasi, namun mampu menciptakan dunia atau ruang gerak yang baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu realitas yang tercipta dalam kehidupan maya.

Seiring dengan perkembangan jaman, penggunaan internet pun semakin berkembang pesat. Kini masyarakat dapat dengan mudah mengakses internet melalui berbagai cara, bisa di warung internet (warnet), melalui laptop di mana pun menggunakan modem atau koneksi *wireless*, bahkan bisa mengakses internet melalui perangkat telepon seluler.

Keberadaan internet memudahkan seseorang untuk memperoleh informasi dan berinteraksi dengan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Selain itu dengan adanya internet, komunikasi antar individu pun menjadi lebih mudah dengan munculnya berbagai macam media sosial. Dengan menggunakan media sosial seseorang bisa berkomunikasi dengan orang lain bahkan yang berada di seluruh belahan dunia dengan lebih mudah dan dengan biaya yang relatif lebih murah.

Media sosial di internet membuat penggunanya memiliki dunia sendiri, sehingga tidak sedikit dari mereka menjadi tidak peduli dengan orang lain dan lingkungan di sekitarnya. Seseorang yang telah kecanduan media sosial sering mengalami hal ini yang mengakibatkan dirinya tidak peduli dengan lingkungan sekitarnya lagi. Hal ini cukup mengkhawatirkan bagi perkembangan kehidupan sosial, diantaranya adalah interaksi interpersonal yang lebih mengedepankan

komunikasi secara tatap muka cenderung menurun. Orang lebih memilih untuk menggunakan media sosial karena lebih praktis. Dalam kadar yang berlebihan, keberadaan internet secara tidak langsung membawa dampak negatif, seperti kecanduan dan terganggunya privasi seseorang.

Penggunaan media sosial pada saat sekarang ini cenderung berlebihan. Hal ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana orang menggunakan media sosial. Beberapa contoh diantaranya adalah orang terlalu sering menghabiskan waktu di media sosial sehingga menjadi jarang bersosialisasi di dunia nyata. Ketika waktu makan tiba seseorang akan memotret makanan dulu sebelum dimakan kemudian foto itu diunggah di media sosial. Seseorang merasa lebih nyaman berkomunikasi melalui *chatting* daripada bicara langsung karena dengan *chatting* orang merasa lebih santai untuk mengutarakan sesuatu dalam bentuk teks, kita tidak takut salah berbicara karena kita bisa memeriksa ulang pesan yang kita ketik sebelum mengirimnya, namun seringkali orang terjebak dalam kenyamanan *chatting* sehingga saat bertemu secara tatap muka, mereka malah sibuk dengan *gadget*-nya. Melihat fenomena penggunaan media sosial yang sudah berlebihan itulah yang memberikan inspirasi untuk membuat iklan layanan masyarakat tentang penggunaan media sosial sebagai media komunikasi.

Perancangan karya berupa iklan layanan masyarakat ini akan memanfaatkan penggunaan hiperbola untuk membantu menyampaikan pesan kepada penonton. Hiperbola adalah gaya bahasa yang bertujuan untuk melebih-lebihkan. Dengan memanfaatkan gaya bahasa kita bisa melihat banyak variasi kata yang bisa dibelok-belokkan, dipindahkan ke subjek berbeda yang membuat maknanya semakin kaya (Budiman Hakim, 2005). Begitu pula jika gaya bahasa dimanfaatkan untuk sebuah iklan. Pemakaian hiperbola juga digunakan dalam sebuah karya audio visual, misalnya dalam video iklan, terutama iklan produk. Pada umumnya iklan menggunakan konsep hiperbola untuk memunculkan kesan dari produk yang ditawarkan agar konsumen dapat lebih mudah mengenal produk tersebut dan akhirnya mereka mau membeli produk itu. Contoh iklan yang menggunakan hiperbola misalnya iklan motor Yamaha Jupiter MX. Hiperbola dalam iklan Yamaha Jupiter MX divisualisasikan dengan pakaian Komeng yang



sobek setelah mengendarai motor tersebut. Adegan pakaian sobek tersebut untuk menggambarkan tentang kelebihan motor Yamaha Jupiter yang dapat dipacu pada kecepatan tinggi. Pakaian orang yang mengendarai motor itu sobek akibat dari kecepatan motor yang terlalu tinggi.



a



b

Capture 1.1. Komeng mengendarai motor dengan kencang pada iklan Yamaha Jupiter MX



c



d

Capture 1.2. pakaian Komeng sobek karena mengendarai motor terlalu kencang

Hiperbola dimaksudkan untuk memberikan sebuah kesan yang mudah diingat dari sebuah video, oleh karena itu karya iklan layanan masyarakat ini juga akan menggunakan gaya hiperbola tersebut untuk memberikan kesan bagi penonton, agar penonton dapat lebih mudah memahami dan mengingat-ingat pesan yang disampaikan dalam video iklan layanan masyarakat.

Untuk menghasilkan iklan yang baik, maka sebuah iklan harus dibuat semenarik mungkin. Banyak kalangan merasa alergi ketika melihat iklan, salah satunya karena iklan tersebut membosankan sehingga membuat penonton malas untuk melihatnya, oleh karena itu perlu dirancang iklan yang menarik dan sesuai dengan keadaan masyarakat saat ini agar masyarakat mau menonton iklan tersebut. Salah satu rumus perancangan iklan yang baik adalah SUPER 'A' yang merupakan singkatan dari *simple*, *unexpected*, *persuasive*, *entertaining*, *relevant*, dan *acceptable*. Dengan rumus tersebut diharapkan selain penonton mendapat

pesan dari iklan, penonton juga memperoleh hiburan sehingga mereka tidak merasa bosan ketika menonton iklan tersebut.

## **B. Ide Penciptaan Karya**

Media sosial kini telah berkembang dan menjadi *trend* atau gaya hidup manusia modern. Kemajuan dunia teknologi menembus batas ruang dan waktu. Perkembangan dan terobosan dalam dunia komunikasi yang terus berkembang ini telah menciptakan pengaruh yang sangat besar bagi perkembangan sosial dalam kehidupan manusia.

Dalam perkembangannya, media sosial yang semakin populer tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap kehidupan manusia, di antaranya adalah: sebagai media penyebaran informasi, sebagai sarana untuk mengembangkan ketrampilan dan sosial, memperluas jaringan pertemanan, mempermudah komunikasi, dan sebagainya. Namun di balik dampak positif yang ditimbulkan, terdapat pula dampak negatif. Di antaranya adalah kemunculan media sosial menyebabkan interaksi interpersonal secara tatap muka (*face-to-face*) cenderung menurun. Orang lebih memilih untuk menggunakan media sosial karena lebih praktis. Di lain pihak, kemunculan media sosial membuat anak muda selalu ingin mengakses internet. Dalam kadar yang berlebihan, media sosial secara tidak langsung membawa dampak negatif, seperti kecanduan (adiksi). Orang cenderung terlalu asyik dengan dunia maya di media sosial daripada dunia nyata yang berada di sekitarnya. Dalam istilah lain, media sosial dapat mendekatkan orang-orang yang berada pada jarak yang jauh, namun juga dapat menjauhkan orang-orang yang justru berada di dekat kita.

Fenomena penggunaan media sosial yang sudah mulai berlebihan inilah yang menjadi ide awal untuk mengajak masyarakat agar lebih bijaksana dalam menggunakan internet, terutama media sosial. Ajakan untuk bersikap bijak terhadap media sosial ini akan diwujudkan dalam video berupa iklan layanan masyarakat. Media sosial hanyalah sebuah alat, positif atau negatif dampak yang ditimbulkan adalah tergantung bagaimana media itu digunakan.

### C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan

Tujuan :

- Memberikan gambaran kepada masyarakat tentang fenomena penggunaan media sosial yang sudah menimbulkan efek kecanduan.
- Mengajak masyarakat untuk lebih bijaksana dalam menggunakan internet, terutama media sosial sebagai media komunikasi.
- Memberikan gambaran tentang penggunaan gaya hiperbola dalam iklan layanan masyarakat.

Manfaat :

- Sarana untuk mengajak masyarakat terutama para remaja untuk semakin memahami fungsi dari internet terutama media sosial sebagai media komunikasi.
- Mengurangi dampak negatif yg muncul akibat penggunaan media sosial.
- Penonton dapat memperoleh sajian iklan layanan masyarakat yang menggunakan konsep gaya hiperbola.

### D. Tinjauan Karya

Referensi karya dalam pembuatan iklan layanan masyarakat adalah sebagai berikut :

- Video animasi tentang “*Internet addicted*”



Capture 1.3.a. menggambarkan aktivitas seseorang yang sedang tidur pada video animasi *Internet Addicted*



Capture 1.3.b. menunjukkan setelah bangun orang itu langsung bermain komputer tidur



Capture 1.3.c. Menggambarkan akibat buruk kecanduan internet

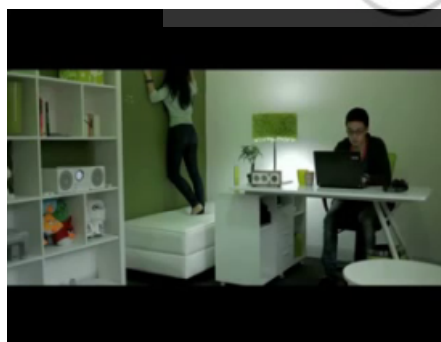


Capture 1.3.d. orang dimasukkan dalam peti mati untuk menggambarkan akibat buruk kecanduan internet

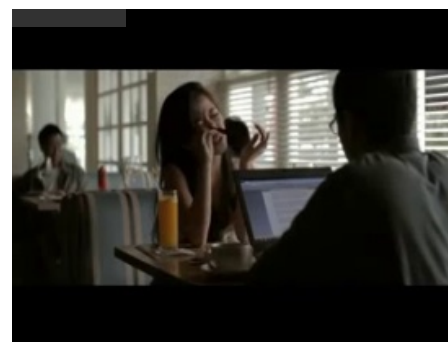
sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=wNgGFJgNYOQ> diakses tanggal 11 April 2013

Video animasi 2 dimensi yang diunggah di situs Youtube pada *channel* “Manizh Boyd” ini menggambarkan tentang seseorang yang sudah kecanduan dengan internet. Bisa dikatakan tiada hari tanpa internet, hingga pada akhirnya kematianpun terjadi padanya akibat dari kecanduan internet tersebut. Video animasi ini memberikan inspirasi dalam hal ide cerita tentang bahaya kecanduan internet. Akibat kecanduan internet seseorang sampai seakan-akan melupakan lingkungan sekitarnya.

#### b. Film “Durable Love”

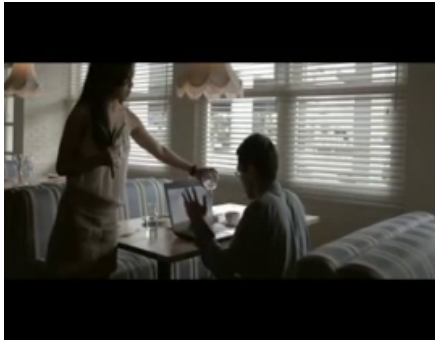


e



f

Capture 1.4. (e dan f) adegan pada film *Durable Love* yang menggambarkan seorang wanita yang merasa gak dianggap oleh pacarnya, pacarnya terlalu sibuk



*Capture 1.4.g.* Menunjukkan kemarahan wanita kepada pacarnya



*Capture 1.4.h.* menunjukkan adegan pembalasan sikap wanita pada pacarnya

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=uZp5nNoT4Dk>, diakses tanggal 12 Juni 2013

Film “*Durable Love*” dirilis pada saat hari *valentine* tahun 2012. Film yang disutradarai oleh Joko Anwar ini dalam beberapa *scene* menceritakan tentang sepasang pria dan wanita yang sedang pacaran. Namun saat berpacaran, si pria justru terlalu asyik dengan laptopnya hingga sang pacar pun tidak dipedulikan. Sampai-sampai wanita tersebut marah karena merasa tidak dianggap oleh pacarnya.

Film ini sebagai referensi dalam hal penggambaran adegan orang terlalu asyik dengan dunianya sendiri tanpa mempedulikan apa yang terjadi yang sebenarnya di sekitarnya dan referensi untuk menggambarkan adegan hiperbola.

### c. *Bulletin Board-Online Safety Commercial*

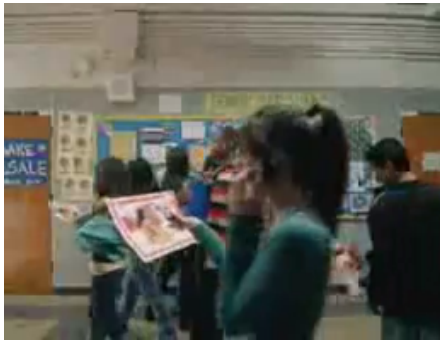


*Capture 1.5.a.* Menggambarkan seorang wanita menempel foto dirinya di majalah dinding



*Capture 1.5.b.* menggambarkan seorang pria mengambil foto tersebut





*Capture 1.5.c.* Hampir semua orang bisa melihat foto yang dipasang di majalah dinding



*Capture 1.5.d.* wanita yang memasang foto di majalah dinding menyesal karena fotonya menyebar

sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=nOUuIfdBbI> diakses tanggal 11 April 2013

Video yang diunggah di situs Youtube pada *channel* “OhioCommissionDRCM” ini menceritakan tentang seorang wanita yang memasang fotonya pada majalah dinding di sebuah kampus. Tanpa disadari semua orang di kampus itu memiliki foto tersebut dan selalu membicarakan tentang foto itu. Adegan dalam video ini didramatisasi dengan adegan mencopot foto itu dari majalah dinding namun foto itu selalu muncul dengan sendirinya secara terus menerus.

Video ini menjadi referensi dalam hal dramatisasi adegan atau lebih-lebihkan adegan.